Deutscher Bundestag
11. Wahlperiode

Drucksache 11/1767

03. 02. 88

Antwort

der Bundesregierung

auf die Kleine Anfrage des Abgeordneten Häfner und der Fraktion DIE GRÜNEN — Drucksache 11/1670 —

Anzeigen der Bundesregierung zu Weihnachten und Neujahr

Der Chef des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung – 30 233 – hat mit Schreiben vom 28. Januar 1988 die Kleine Anfrage namens der Bundesregierung wie folgt beantwortet:

1. Wieviel haben die beiden Werbekampagnen der Bundesregierung zu Weihnachten und zu Neujahr gekostet?

Die beiden am 24. und 31. Dezember 1987 geschalteten Anzeigen haben vorbehaltlich der noch nicht vorliegenden Endabrechnung insgesamt rd. 2,8 Mio. DM gekostet.

2. Wie werden diese Kosten angesichts des allgemeinen Spargebotes, des massiv überzogenen Haushaltes und einer über die der Verfassung gezogene Grenze hinausgehende Verschuldung der Bundesregierung eingesetzt und begründet?

Bei beiden Anzeigen handelt es sich um Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung. Sie wurden aus den dafür im Bundeshaushalt ausgebrachten Mitteln finanziert (Einzelplan 04 Kapitel 04 03 Titel 531 23).

Das Bundesverfassungsgericht hat in seiner Entscheidung vom 2. März 1977 die Öffentlichkeitsarbeit der Regierung nicht nur für verfassungsrechtlich zulässig, sondern auch für notwendig erklärt. Das Gericht hat es als eine der Aufgaben staatlicher Öffentlichkeitsarbeit bezeichnet, u. a. im Bereich der Wirtschafts-und Sozialpolitik die Zusammenhänge offenzulegen, Verständnis für erforderliche Maßnahmen zu wecken oder um ein konjunkturgerechtes Verhalten zu werben. Gerade in Zeiten, in denen der

Staat wegen schwieriger wirtschafts- und finanzpolitischer Rahmenbedingungen gezwungen ist, mit seinen Haushaltsmitteln äußerst sparsam umzugehen, sind solche Maßnahmen im besonderen Maße geboten.

3. Welches ist der Sinn und Zweck derartiger Anzeigen?

Die Anzeigen informieren zum einen über mehrere 1988 in Kraft tretende neue Gesetze und Gesetzesänderungen, z. B. die zweite Stufe der Steuerreform, die Verlängerung des Erziehungsgeldes und des Erziehungsurlaubs oder das Verbot von bleihaltigem Normalbezin.

Zum anderen wird in beiden Anzeigen die Bilanz der Politik der Bundesregierung im Jahr 1987 gezogen und eine realistische Vorausschau auf 1988 gegeben. Nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts fällt es in den Rahmen zulässiger (und notwendiger) Öffentlichkeitsarbeit, daß die Regierung der Öffentlichkeit ihre Politik, ihre Maßnahmen und Vorhaben sowie die künftig zu lösenden Fragen darlegt und erläutert. Demoskopische Untersuchungen haben gezeigt, daß die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung dem neuen Jahr 1988 hoffnungsvoll entgegensieht. Es ist Aufgabe der politischen Information, diese positive Grundhaltung insoweit zu bestätigen und zu stabilisieren, wie sie mit den nachprüfbaren Tatsachen übereinstimmt. Das häufig gehörte Wort, daß die Lage besser sei als die Stimmung, deutet auf einen Realitätsverlust bei Teilen der Öffentlichkeit hin, den eine verantwortliche Regierung nicht bestehen lassen darf. Nicht zuletzt könnte eine solche Fehleinschätzung der politischen und wirtschaftlichen Situation zu konjunkturell schädlichen Reaktionen der Öffentlichkeit führen.

4. Wie beurteilte die Bundesregierung in der Vergangenheit und wie beurteilt sie heute Werbekampagnen der Exekutive aus Steuergeldern, die in der Nähe parteipolitischer Werbung liegen? Sieht die Bundesregierung diesen Vorwurf auch bei ihren eigenen Anzeigen als gerechtfertigt an?

Die Bundesregierung hält sich strikt an das Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 2. März 1977, wonach sich ihre Öffentlichkeitsarbeit stets der offenen oder versteckten Werbung für einzelne der miteinander konkurrierenden politischen Parteien oder sonstigen an der politischen Meinungsbildung beteiligten Gruppen zu enthalten hat. Die beiden Anzeigen sind keine „Werbekampagne"; den Vorwurf, die Anzeigen lägen „an der Nähe parteipolitischer Werbung", muß die Bundesregierung als nicht gerechtfertigt zurückweisen.

5. Welche Zeitungen wurden von der Bundesregierung für diese Kampagne ausgewählt (Name, Ort und Auflagenstärke)?

Die Tageszeitungen, in denen die beiden Anzeigen geschaltet worden sind, ergeben sich aus der beigefügten Liste (Anlage). In baden-württembergischen Zeitungen wurden die Anzeigen nicht geschaltet, weil in diesem Bundesland die Vorwahlzeit bereits begonnen hatte. Aus dem gleichen Grund sind die Anzeigen nicht in überregionalen Blättern mit Verbreitung in Baden-Württemberg erschienen.

6. Wie beurteilt die Bundesregierung die Tatsache, daß in verschiedenen Gegenden jeweils die größere, auflagenstärkere Zeitung mit teuren Anzeigen unterstützt, kleinere Zeitungen aber übergangen wurden vor dem Hintergrund des immer wiederkehrenden Todes kleiner Zeitungen und der ständig zunehmenden gefährlichen Konzentration bzw. Monopolbildung im Pressebereich?

Die Schaltung von Anzeigen hat nicht den Zweck, Zeitungen zu subventionieren. Die Bundesregierung muß sich bei den Schaltplänen ausschließlich nach professionellen Media-Gesichtspunkten richten. Entscheidend ist das Kosten-Nutzen-Verhältnis; es kommt darauf an, für einen begrenzten Etat möglichst hohe Reichweiten zu erzielen. Die Bundesregierung weist deshalb die in der Vorbemerkung der Kleinen Anfrage enthaltene Unterstellung zurück, die Auswahl sei nach der politischen Grundhaltung der Zeitungen erfolgt.

7. Wer und was ist mit dem fettgedruckten Abschlußsatz der Neujahrsanzeige („Nehmen wir unsere Zukunft in die Hand. Wir werden sie aktiv gestalten.") gemeint? Denkt die Bundesregierung an die Einführung von Volksbegehren und Volksentscheid bzw. an die stärkere aktive Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger an den politischen Gestaltungen über die Entscheidung der Zukunft oder vielmehr an sich selbst und ihre Privilegien?

Mit dem Abschlußsatz in der Anzeige vom 31. Dezember 1987 „Nehmen wir unsere Zukunft in die Hand. Wir werden sie aktiv gestalten." spricht die Bundesregierung sowohl die staatlichen Organe als auch die gesellschaftlichen Gruppen und jeden einzelnen an. Die parlamentarische Demokratie des Grundgesetzes bietet nach Auffassung der Bundesregierung den optimalen Rahmen für eine aktive Mitarbeit an der Gestaltung der Zukunft.

Anlage

Erscheinungsort/Titel	verkaufte Auflage
Schleswig-Holstein	
Flensburg	
Schleswig-Holstein-Presse	351 940
Flensburg Avis	7 165
Hamburg	
Hamburger Abendblatt WIRAKO	570 783
Bremen	
Bremer Anzeigenblock	211 171
Bremerhaven	
Nordseezeitung	76 343
Niedersachsen	
Braunschweig	
Braunschweiger Zeitung	219 017
Hameln	
Dewezet-Anzeigenring	67 673
Hannover	
HAZ Total	488 622
Kreiensen	
Harz-Weser-Zeitungen	105 261
Oldenburg	
Nordwest-Zeitung	308 381
Osnabrück	
Neue Osnabrücker Zeitung	286 369
Nordrhein-Westalen	
Aachen	
Aachener Volkszeitung/ Aachener Nachrichten	165 028
Bad Honnef	
Honnefer Volkszeitung	5 600
Bielefeld	
Neue Westfälische/ Mindener Tageblatt	256 306
Westfalenblatt	145 767
Dortmund	
Ruhrnachrichten	247 454
Düsseldorf/Köln	
A C N mit:	1 591 576
Kölner Stadtanzeiger	
Kölnische Rundschau	
Rheinische Post	
Westdeutsche Zeitung	
Bonner Generalanzeiger	

Erscheinungsort/Titel	verkaufte Auflage
Essen	
Zeitungsgruppe WAZ	1 220 957
Hamm	
Westfälischer Anzeiger	112 826
Lüdenscheid	
Lüdenscheider Nachrichten/ Südwestfälische Heimatzeitungen	46 721
Münster	
Zeitungsgruppe Westfalen	331 906
Recklinghausen	
Recklinghäuser/Buersche Zeitung	92 396
Siegen	
Siegener Zeitung	62 808
Hessen	
Darmstadt	
Südhessen-Kombination	126 181
Frankfurt	
Frankfurter Neue Presse	125 614
Frankfurter Rundschau	196 187
Kassel	
Hessische/Nieders. Allg.	268 772
Offenbach	
Offenbach Post	53 163
Wetzlar	
Mittelhessen Presse	295 846
Wiesbaden	
Wiesbadener Kurier	63 809
Rheinland-Pfalz	
Koblenz	
Rheinzeitung	233 114
Ludwigshafen	
Die Rheinpfalz	248 447
Mainz	
Zeitungsgruppe Rhein-Main-Nahe	167 574
Pirmasens	
Pirmasenser Zeitung	15 641
Trier	
Trierischer Volksfreund	95 425
Saarland	
Saarbrücken	
Saarbrücker Zeitung/ Pfälzischer Merkur	198 511

Anlage

Erscheinungsort/Titel	verkaufte Auflage
Bayern	
Aschaffenburg	
Main Echo	85 344
Augsburg	
Augsburger Allgemeine	349 316
Bamberg	
Oberfrankenpresse	177 288
Bayreuth	
Zeitungsring Oberfranken	77 104
Ingolstadt	
Donau Kurier	77 408
München	
ABO-Kombination/ Münchener Merkur/ Oberbayerisches Volksblatt	245 732
Nürnberg	
Nürnberger Nachrichten	335 899
Passau	
Passauer Neue Presse	151 598
Regensburg	
Mittelbayerische Zeitung	116 914
Straubing	
Straubinger Tageblatt	126 544
Weiden	
Der Neue Tag	80 849
Würzburg	
Main Post	149 858
Berlin	
Berliner Morgenpost	162 122
Tagesspiegel	120 936
Volksblatt	26 893

Druck: Thenée Druck KG, 5300 Bonn, Telefon 23 19 67
Alleinvertrieb: Verlag Dr. Hans Heger, Postfach 20 13 63, Herderstraße 56, 5300 Bonn 2, Telefon (02 28) 36 35 51
ISSN 0722-8333